



2022年9月期決算説明資料

株式会社アミファ

『We are smile producers!』 全ては笑顔のために

amifa®

スタンダード市場(証券コード7800)

Copyright © 2022 Amifa Co., Ltd. All rights reserved.

22/9期決算の経営環境

【外部環境】

- 新型コロナ感染症第6波の感染者数は大きく減少し、収束の期待もあったが、
- 行動制限もなくなった中、第7波の爆発的な感染再拡大
- 第7波の感染減少の兆候も見られるものの、依然として感染収束の目処が立たず
- ウクライナ・ロシア情勢の長期化、円安による諸物価の高騰
- 100円ショップ業界は好調



厳しい状況で推移

【内部環境】

- 3900種の商品すべてを「ウィズコロナ」の新しい生活対応へ見直し
- 「イエナカ消費」を積極的に捉えた新企画、新商品の提案の取組み
- 主要顧客である100円ショップ各社に向けてライフスタイル雑貨の販売に注力



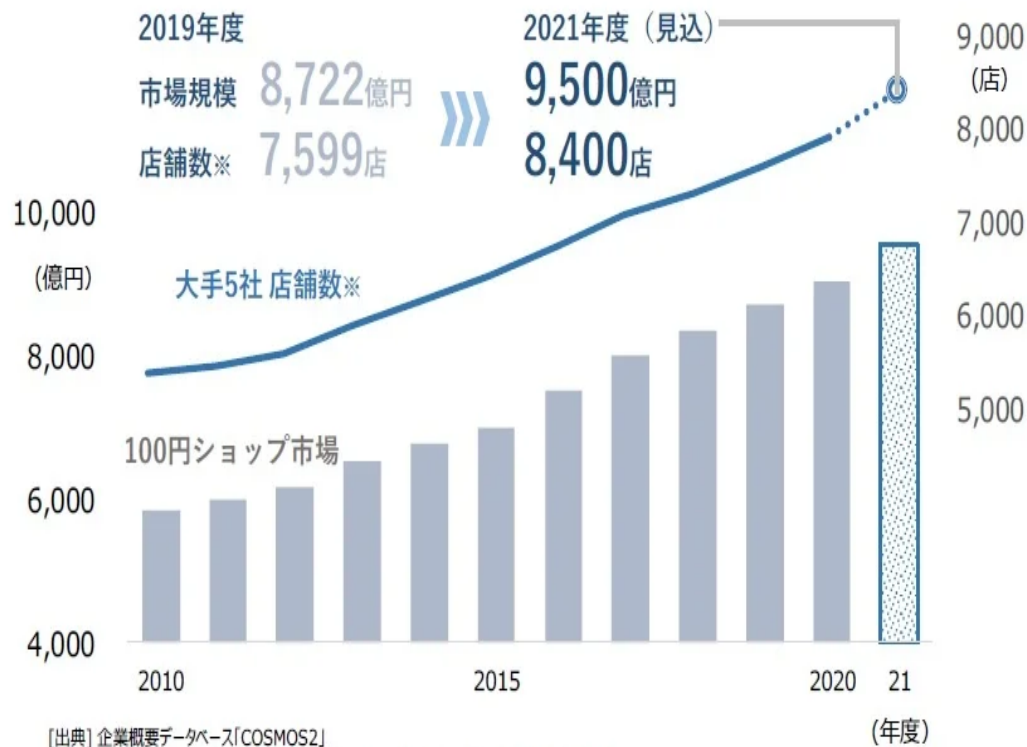
販売は好調に推移

物流費を始めとして積極的な原価低減、生産性向上に注力

100円ショップ業界の現況

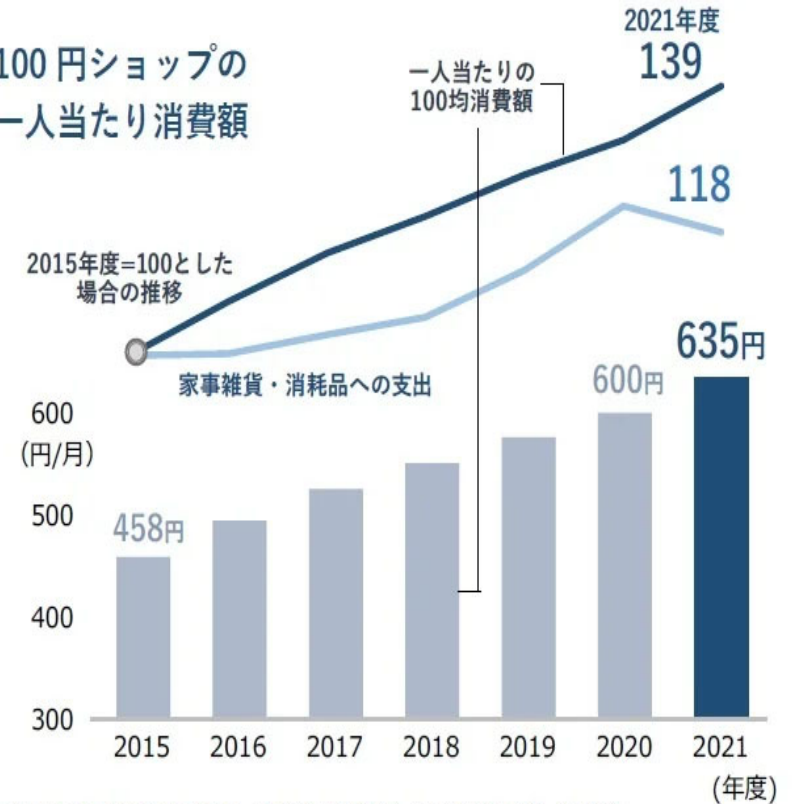
好調「100円ショップ」、市場規模1兆円目前 大手4社の店舗はコロナ前から800店増加
一人当たりの購買額は推計月600円、10年で1.6倍

100円ショップ市場・店舗数推移



[出典] 企業概要データベース「COSMOS2」
[注] 売上規模は事業者売上高ベース。店舗数は大手5社（FC含む）の期末時点店舗数
※ 大手5社＝ダイソー、セリア、キャンドゥ、ワッツ、（首通）

100円ショップの一人当たり消費額



[出典] 住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数 家計消費状況調査（総務省）
[注] 2021年度は1月までに判明した数値

出典：帝国データバンク

22/9期業績 (対21/9期)

大幅な売上増、営業利益増ながら、営業外損益悪化により経常利益は小幅増収、
税負担減により当期純利益は大幅増

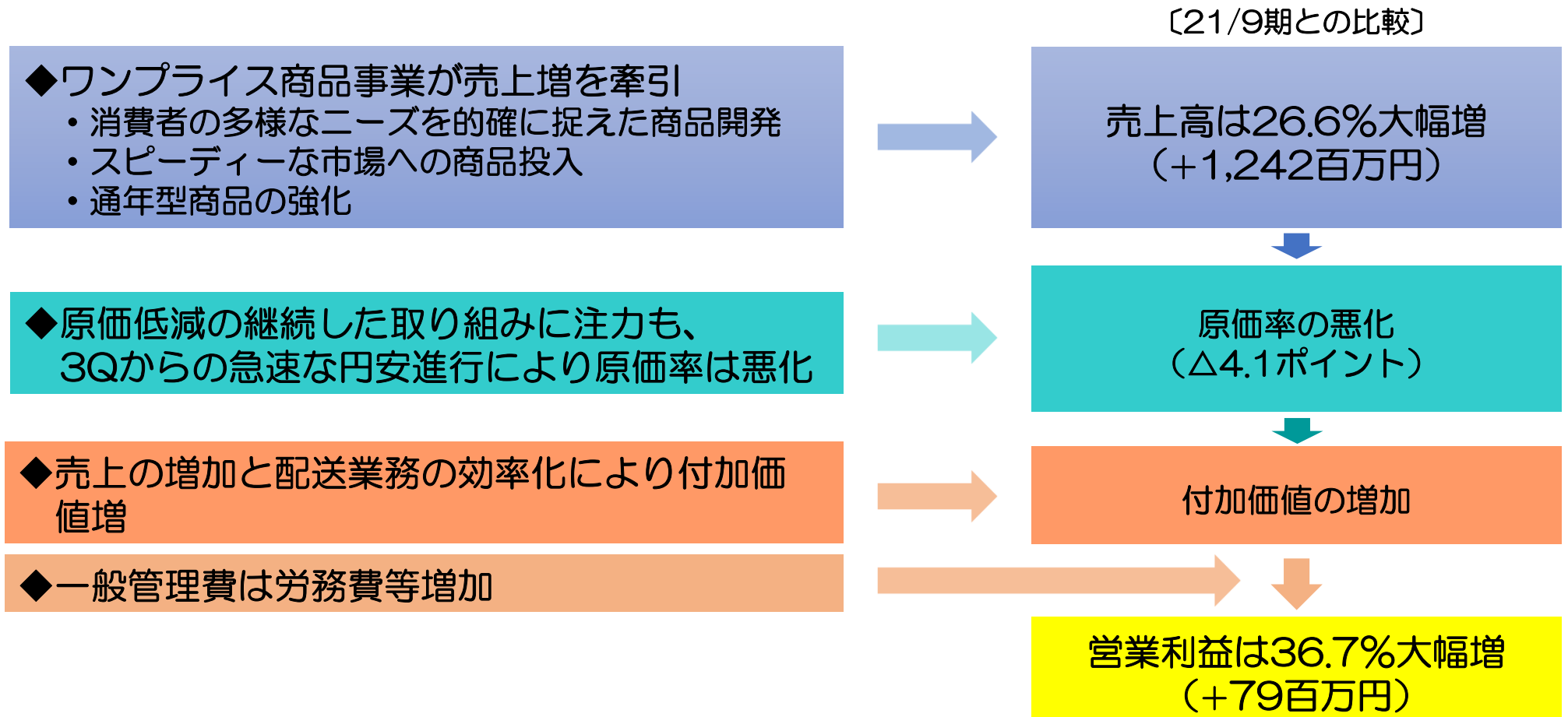
	21/9期	22/9期	対前年同期比増減	
			金額	%
売上高	4,677	5,919	1,242	26.6%
営業利益	216	295	79	36.7%
経常利益	256	260	3	1.4%
当期純利益	172	222	49	28.5%
1株当たり 当期純利益 (円/株)	53.51	68.65	15.14	28.3%
配当 (円/株)	19.00	24.00	5.00	-
配当性向	35.5%	35.0%	-	△0.5pts

(注) 2021年期中平均株式数 3,228,753株

(注) 2022年期中平均株式数 3,234,986株

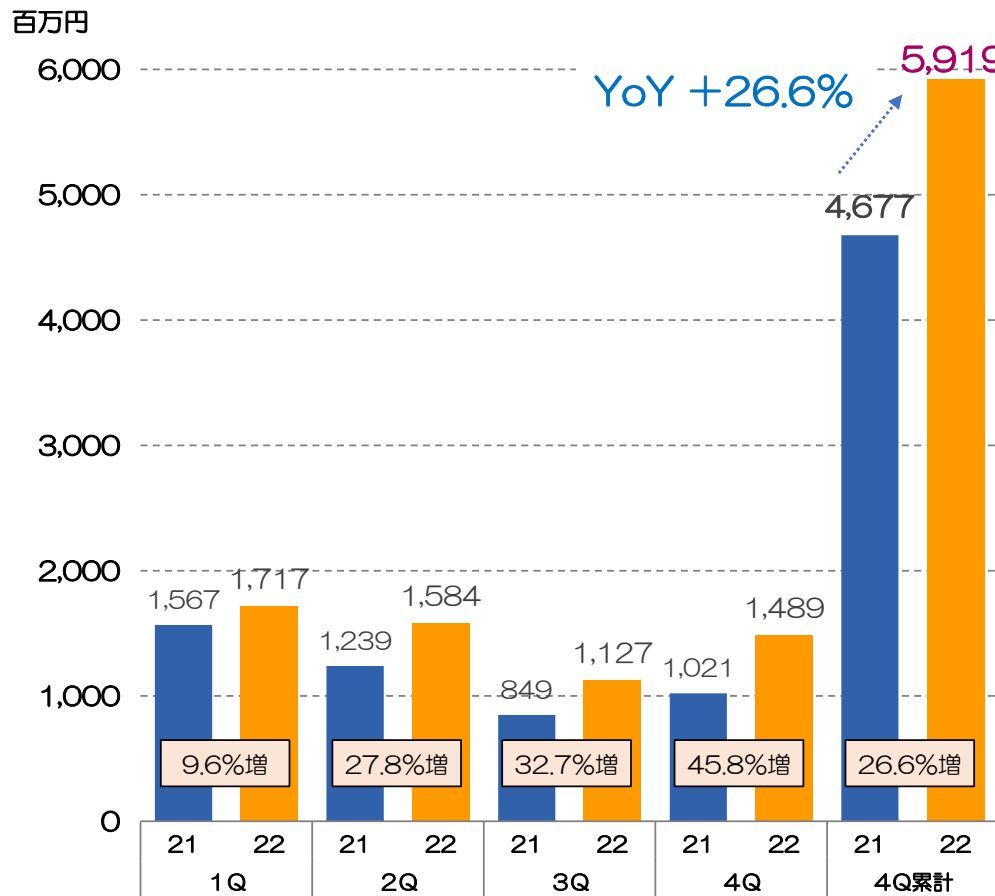
増収増益の決算となった主な要因（対21/9期）

円安の影響で原価率は悪化したが、売上高の大幅増と生産性向上により増益で着地

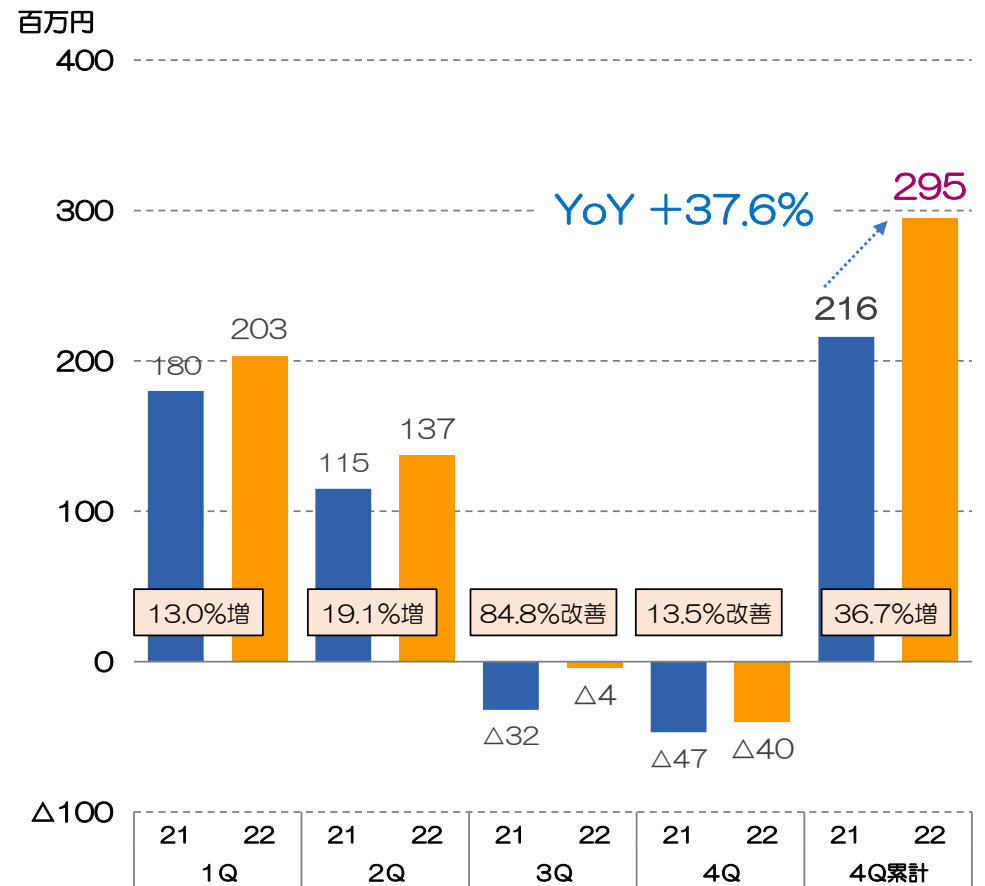


売上高・営業利益推移

売上高は好調に推移し、過去最高を更新



営業利益は増益・改善により前年比大幅増



22/9期 四半期別売上概要

売上高は **5,919百万円** 前年同期比 **1,242百万円増** (+26.6%)

第1四半期

クリスマス関連商品を中心にホームパーティー、ラッピング商品の販売が好調

第2四半期

バレンタイン関連商品が前年同期比で減少したものの、「イエナカ消費」の需要を的確に捉えた商品の提案を積極的に行ったことが功を奏し、特にキッチン、ライフスタイル及び文具分野で大きく伸長

第3四半期

引き続きキッチン、ライフスタイル及び文具分野を中心に好調だったことに加え、コロナの状況が一旦落ち着いてきたこともあり、レジャー関連商品も伸長

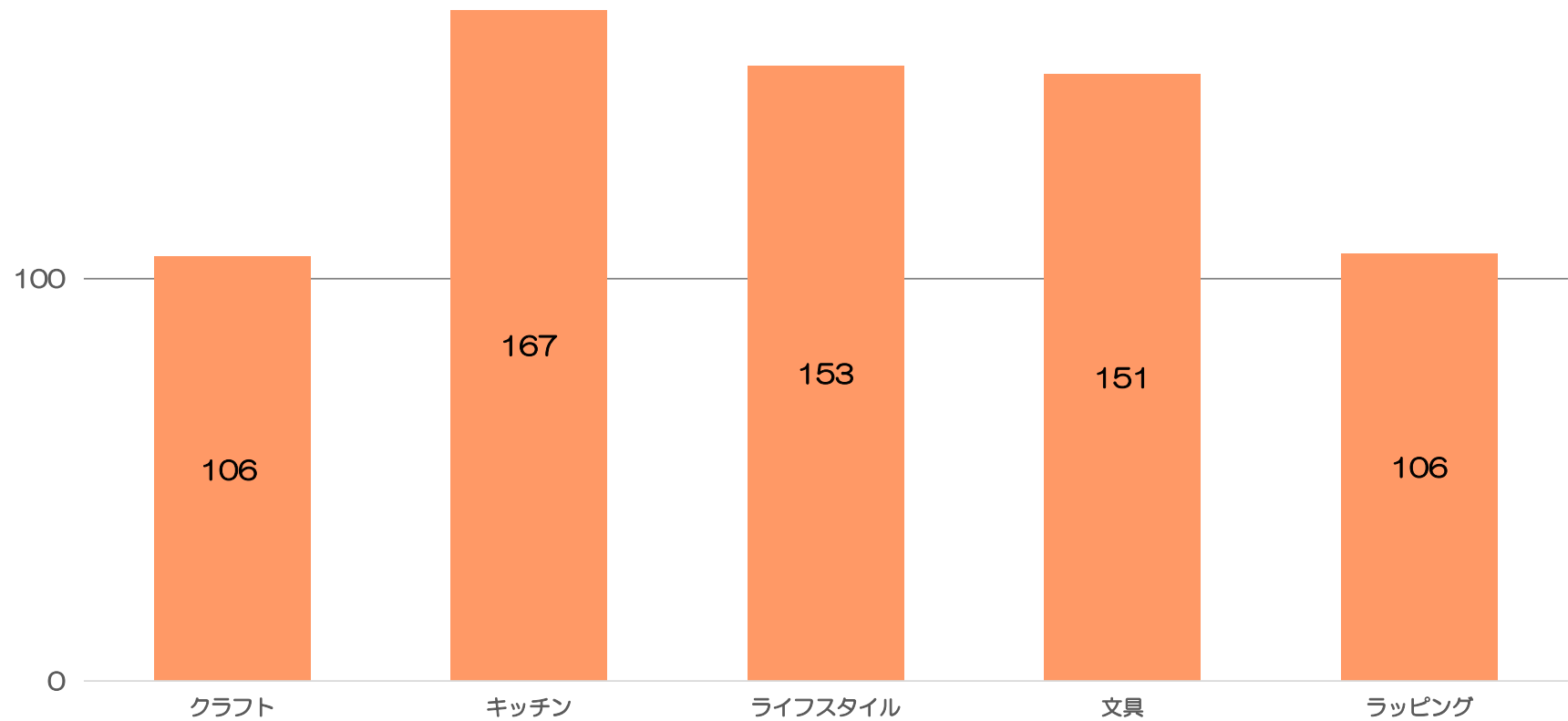
第4四半期

引き続きキッチン、ライフスタイル及び文具分野を中心に好調に推移
通年型商品強化策により、年度を通じて安定的に売上を獲得できる商品が増加

キッチン・ライフスタイル・文具が大きく伸長

商品群別売上高増減率

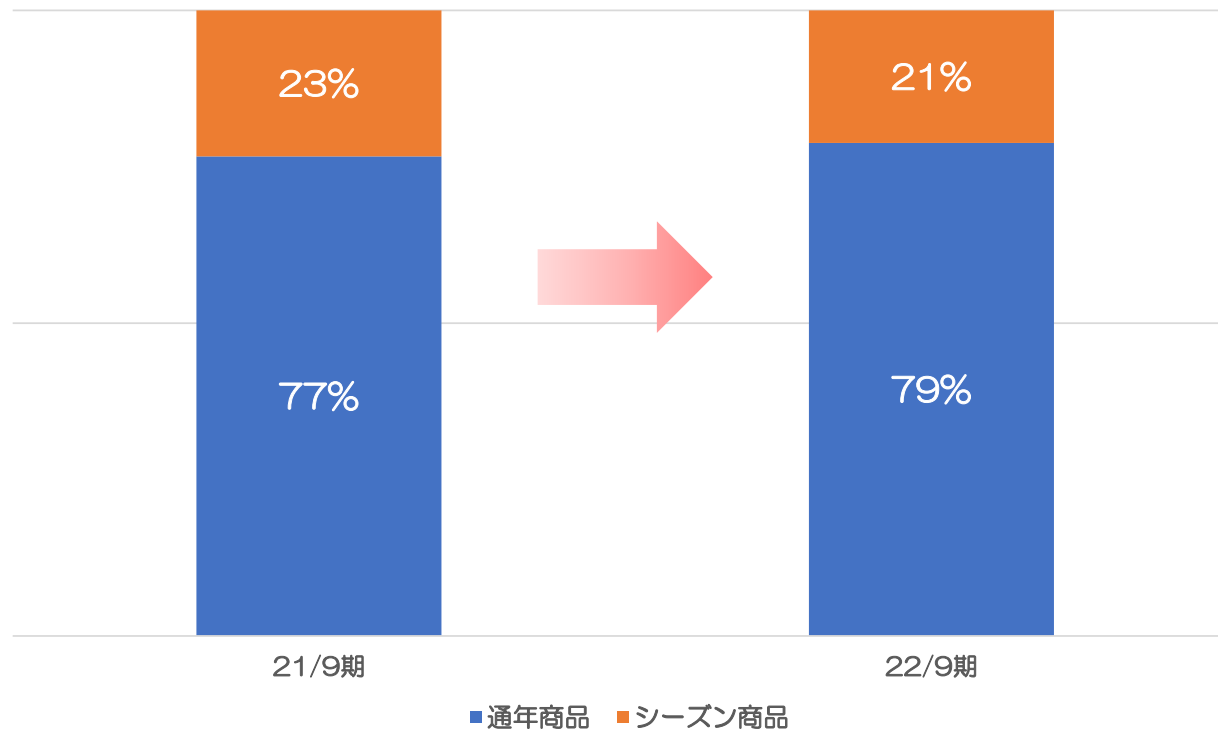
(21/9期=100)



「シーズン商品」と「通年商品」売上高比率（対21/9期）

「通年商品」構成比は 77% → 79% へ

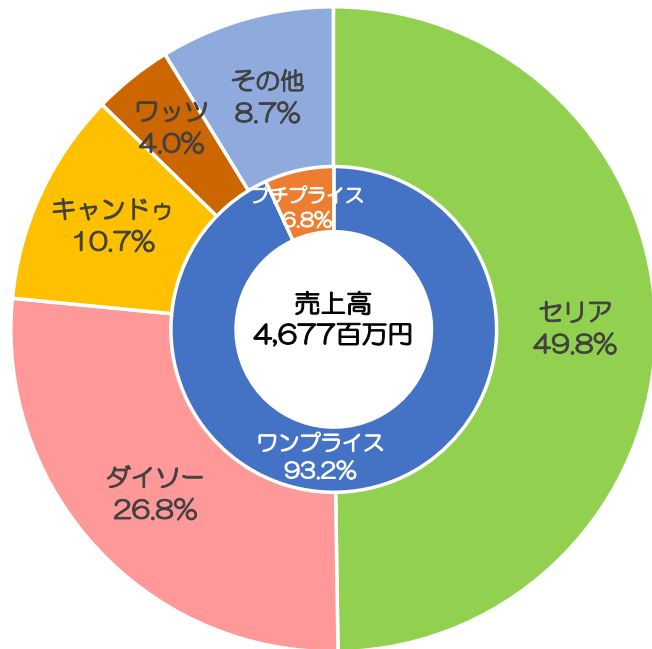
ハロウィン・クリスマス・バレンタインデーなどの季節イベント向け商品が主力だったが、
繁閑期平準化による生産性アップを目指した「通年型商品強化」の効果が現れる



顧客別売上高シェア比較

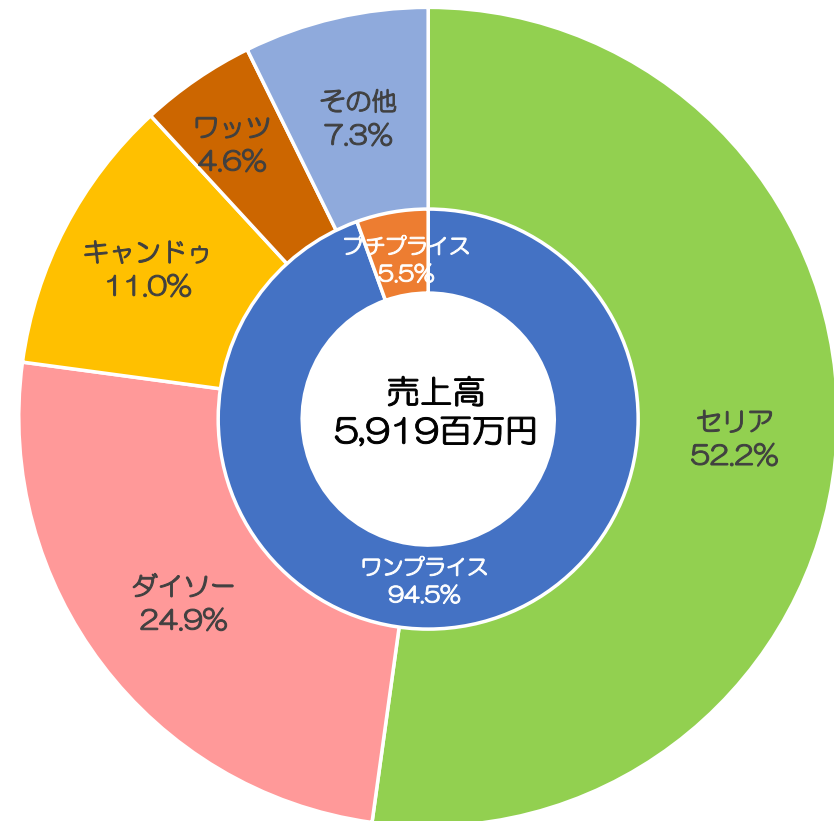
セリア：シェア拡大、キャンドゥ・ワッツ：着実にシェアと売上を伸長
 ダイソー：シェア縮小も売上高は前年比+224百万円

21/9期



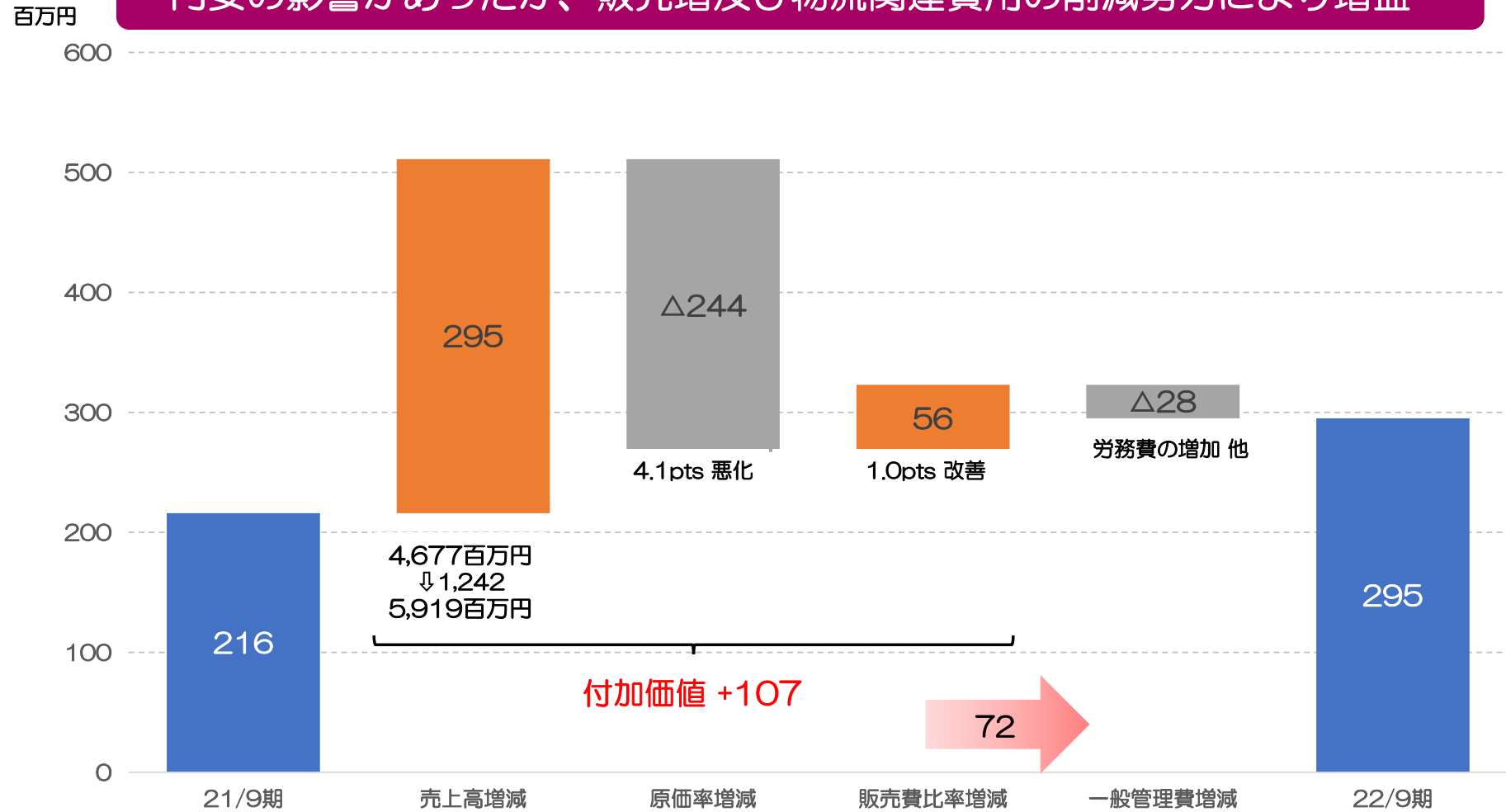
1,242

22/9期



22/9期 営業利益増益の分析（対21/9期）

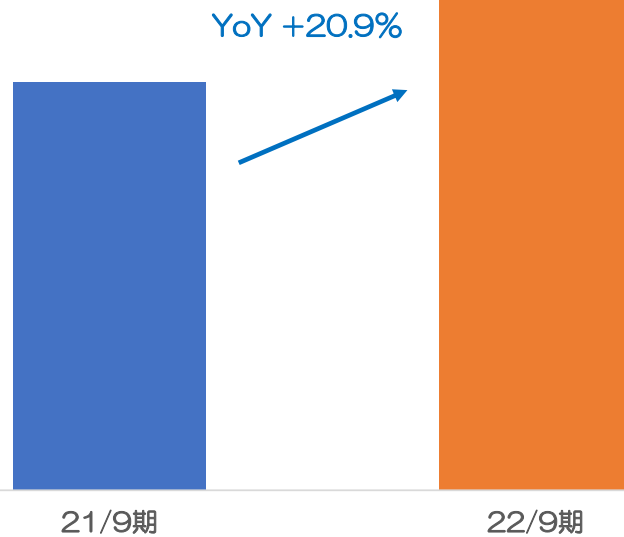
円安の影響があったが、販売増及び物流関連費用の削減努力により増益



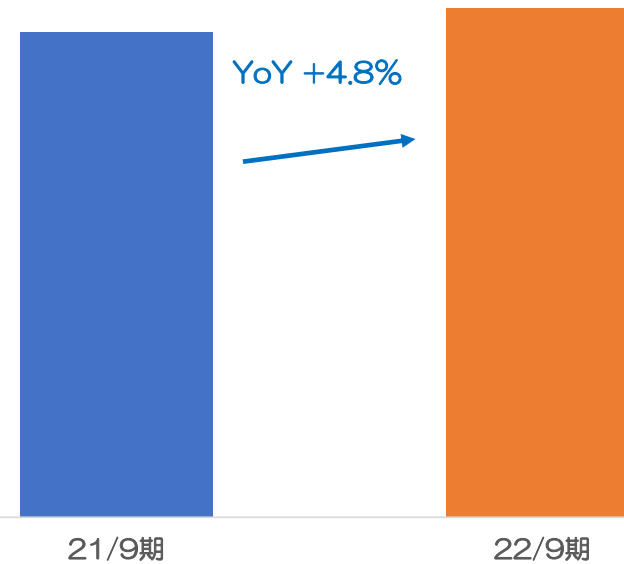
従業員1人当たり売上高・付加価値額比較（対21/9期）

中計③「DX推進」を軸とした中計④「全社員プロ集団化」施策効果により、一人当たり売上、付加価値ともに向上

従業員1人当たり売上高



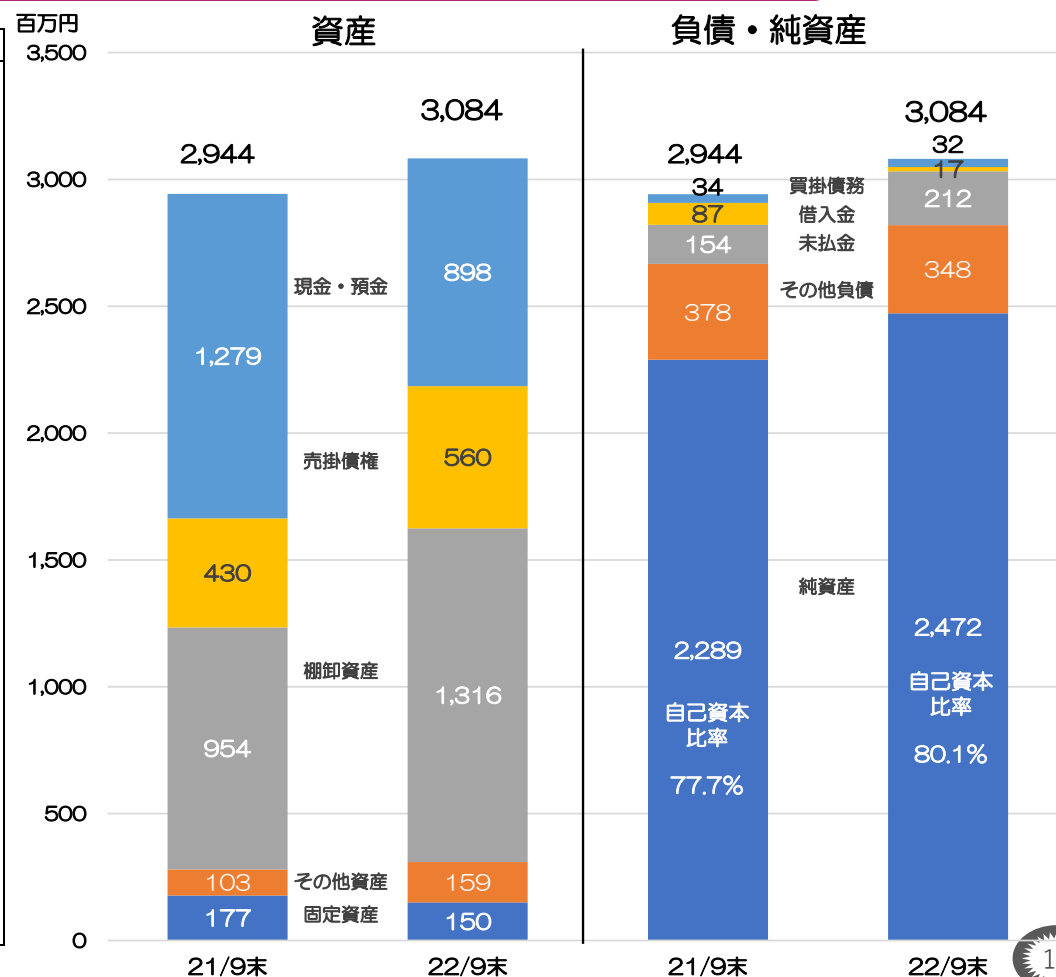
従業員1人当たり付加価値額



22/9期末貸借対照表（対21/9期末）

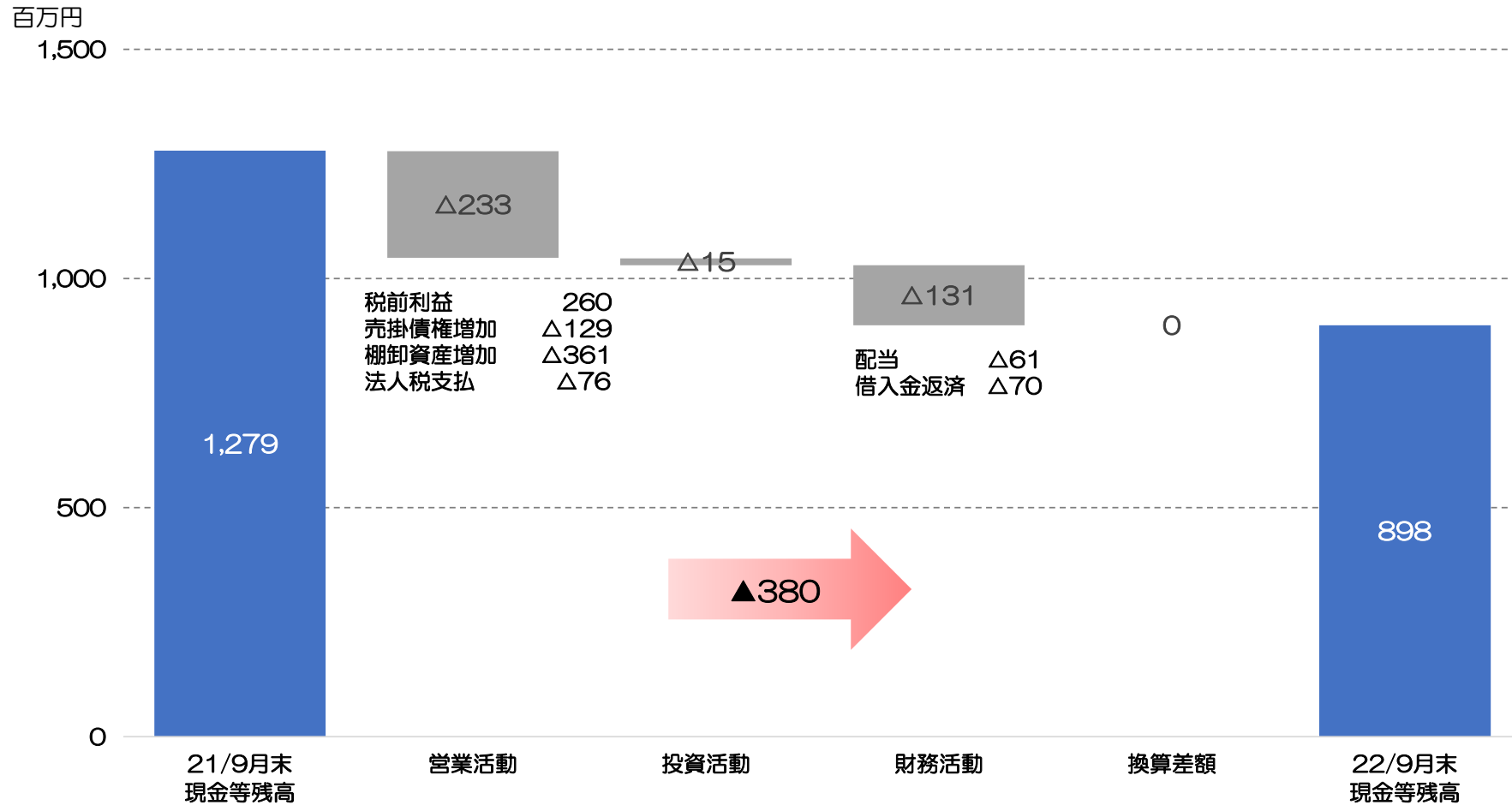
資産増139：現預金の減少、棚卸資産の増加、売掛債権増加
負債減43：借入金返済、未払金等の増加、純資産増183：利益増

科目		21/9末	22/9末	増減	内訳
流動資産	現金及び預金	1,279	898	△ 380	
	受取手形及び売掛金	430	560	129	
	棚卸資産	954	1,316	361	
	その他流動資産	103	159	56	
	流動資産計	2,767	2,934	166	
固定資産	有形固定資産	57	46	△ 10	
	無形固定資産	44	41	△ 3	
	投資その他の資産	75	62	△ 13	
	固定資産計	177	150	△ 27	
資産計		2,944	3,084	139	
流動負債	買掛金	34	32	△ 1	
	短期借入金	70	17	△ 52	
	未払金	154	212	58	
	その他流動負債	101	66	△ 34	
	流動負債計	360	329	△ 30	
固定負債	長期借入金	17	0	△ 17	
	長期未払金	254	254	0	
	退職給付引当金	23	28	4	
	固定負債計	295	282	△ 12	
負債計		655	611	△ 43	
純資産	資本金	37	37	0	
	資本剰余金	273	273	0	
	利益剰余金	1,961	2,121	160	
	自己株式	0	0	0	
	その他有価証券評価差額金	0	0	0	
	繰延ヘッジ損益	17	40	23	
純資産計		2,289	2,472	183	
負債・純資産計		2,944	3,084	139	



22/9期 キャッシュ・フロー計算書

税前利益の増加はあるが、在庫増加、売掛債権増加により、営業CFは大幅に減少



2023年9月期 業績予想

amifa.

23/9期決算の業績予想

- 新型コロナウイルス感染症第7波の爆発的な感染再拡大も9月末から急速に感染者数が減小
- 政府、自治体からは行動制限や入国規制の緩和、旅行支援も開始



国内経済の先行きに明るい兆しを感じられるものの
急速な円安が諸物価高騰に繋がり、依然不透明な経済状況が続く

- 100円ショップ業界は、新しい生活様式に則した商品展開に注力

【当社】

- 常時販売している約3,900種類の商品を、新しい生活様式に則したもののへの見直しと転換をすべて完了
- 商品開発力・企画提案力、営業力のさらなる強化への取り組み。ヒット率向上



- 売上高は22/9期からの好調を持続
- 中期経営計画の目標のひとつである、DX改革、全社員のプロフェッショナル化を通じた「生産性向上」の順調な成果
- 一方、急激な円安の影響は避けられず、顧客への値上げ交渉は精力的に行いながらも収益の先行きは厳しい状況が続くものと予想
- 配当は24円/株を継続

23/9期 業績予想

- ◆新企画、新商品の積極的な販売により大幅増収ながら、円安の影響が大きく、減益を見込む
- ◆大幅減益ではあるが、株主への利益還元は最重要課題であり、配当は24円/株を維持

(単位：百万円)

	22/9期実績	23/9期予想	増減	
			金額	%
売上高	5,919	6,650	731	12.3%
営業利益	295	164	△131	△44.4%
経常利益	260	164	△96	△36.9%
当期純利益	222	102	△120	△54.0%
1株当たり 当期純利益 (円/株)	68.65	31.53	△37.12	△54.0%
配当 (円/株)	24.00	24.00	—	—
配当性向	35.0%	76.1%		41.1pts

23/9期配当は24円/株を継続予定

2023年10月に創業50周年を迎える当社は、中長期の目標として、売上高100億円への成長を目指しています。

23/9期は円安環境継続により、一旦厳しい業績を見込みますが、24/9期以降の成長を目指し、22/9期の24円/株の配当を維持する予定としています。この結果、配当性向は76.1%となる見込みです。

株主への利益還元は経営の最重要課題との認識を、今後も継続してまいります。

23/9期-25/9期 中期経営戦略

amifa.

① ワンプライス(100円)商品のさらなる強化

100円ショップ商品中、当社推定シェアは約1%。開拓の余地は大きい

② プチプライス(100円超)商品の拡大

デザインに加え機能・素材も付加価値を持つ、ウイズコロナにマッチした新商品、カテゴリーを開拓

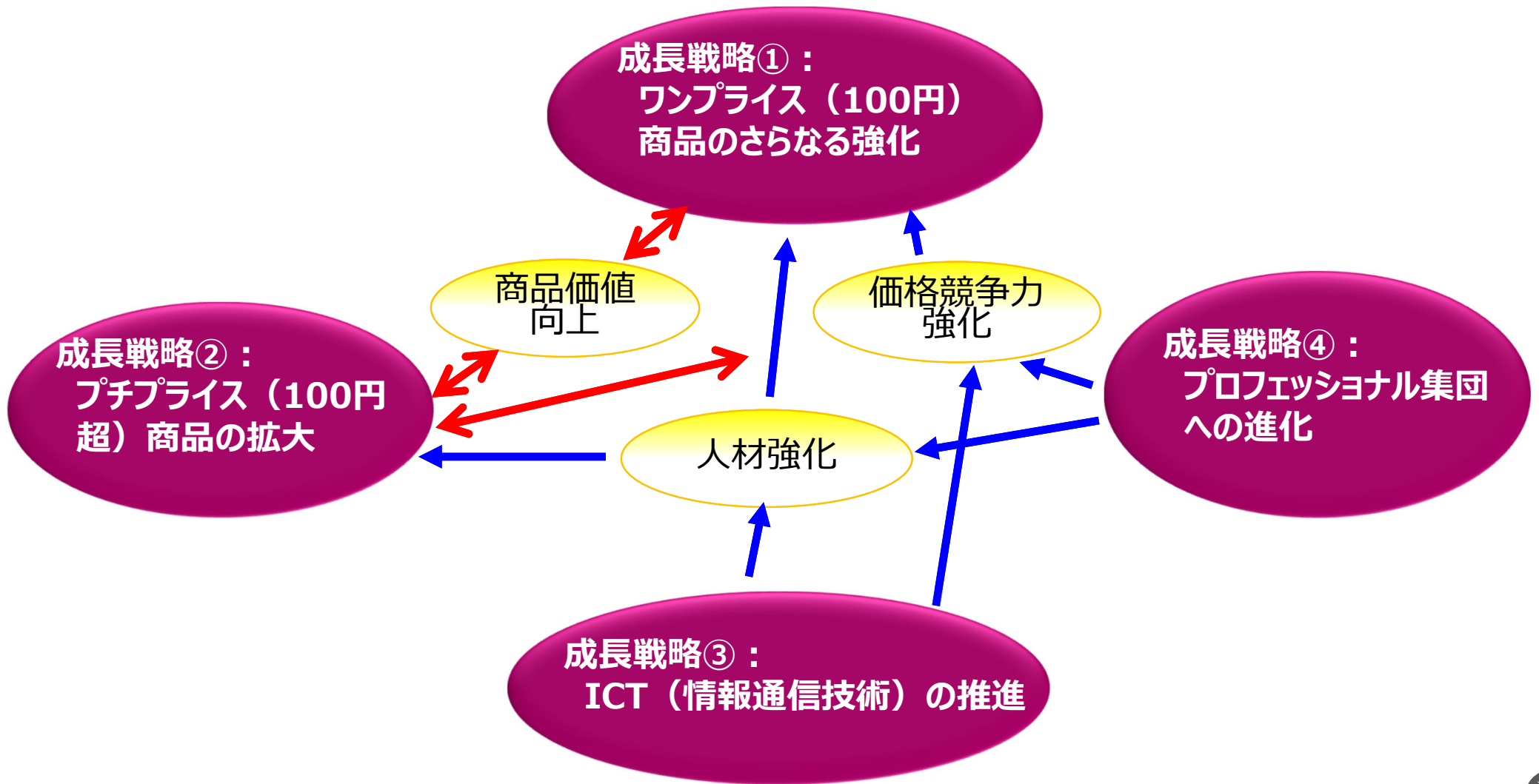
③ ICT（情報通信技術）の推進

企画開発力・営業力強化、労働生産性、人材強化に資するDXを積極的に進める

④ プロフェッショナル集団への進化

アミファの世界観を実現するプロフェッショナル集団としての進化を強力に進める

4つの重点戦略 シナジーマトリクス



22/9期 商品トピクス

ご参考資料

III

amifa.

22年7月発売 キッチンアイテム「クリア食器」

繰り返し使えるクリア素材の食器類を全種100円で発売しました。
レトロタッチとシンプルモダンの選べる2デザインです。



22年8月発売 インテリア商品 「ディフューザー」

手軽な一式セットと、お好みの瓶や香りを選んで組み合わせる2タイプ。
本格的なアロマディフューザーを100円から気軽に楽しめます。



22年9月発売「ぬいぐるみ・ドール服素材シリーズ」シリーズ

ミニサイズの服飾小物とカットクロスの全29アイテム。従来、100円ショップの手芸売り場になかった新たなジャンルを生み出しました。



<お問い合わせ先>

管理部 IR担当

メールアドレス：ir@amifa.co.jp

本資料における将来予想に関する記述については、目標や予測に基づいており、確約や保証をあたえるものではありません。予想と異なる結果になることがある点を認識された上でご利用ください。